

# Metodología de Ahorro en Convenio Marco

Dirección ChileCompra

03-08-2021

# Definiciones

El Ahorro se mide en términos de **Monto (\$)**

Monto transado a precios de CM vs Monto transado a precios de referencia (benchmark). La diferencia es el Ahorro.

$$A = (P^{CM} - P^b) \times Q$$

Donde  $P^{CM}$  corresponde al precio transado en convenio marco,  $P^b$  el precio de algún benchmark y  $Q$  es la cantidad comprada del producto.

Ej de benchmarks:

- ▶ Mercado al menudeo (retail) en caso de items o bienes comerciales
- ▶ Precios de reserva, presupuestos disponibles, etc.
- ▶ Otras modalidades de compra como licitaciones o tratos directo

# Definiciones

La nueva metodología de ahorro establece mediciones diferenciadas según las características del convenio y los objetivos propuestos en sus estrategias.

Utilizaremos dos criterios para definir la forma de cálculo de ahorro:

- ▶ Factibilidad de obtener el precio de algún benchmark.
- ▶ Objetivos establecidos en la estrategia del convenio.

# Agrupación de Convenios

## Grupo 1

Convenios con objetivo de ahorro definido en sus estrategia y precios de benchmark factibles de obtener.

Según el benchmark utilizado tenemos:

- ▶ **Aseo, Ferretería, Alimentos, Escritorio y Ofimática** = Mercado al menudeo (retail), comparación por SKU.
- ▶ **Computadores y Mobiliario** = Mercado al menudeo (retail), comparación de productos similares en base a atributos del producto.
- ▶ **Combustibles y Gas** = Precio en EDS y distribuidores obtenidos de API Comisión Nacional de Energía.

# Agrupación de Convenios

## Grupo 2

Convenios sin objetivo de ahorro definido en sus estrategia pero con precios de benchmark factibles de obtener.

- ▶ Vehículos y Emergencia (Prevención) = Mercado al menudeo (retail), comparación por SKU → monitoreo de sobre precio
- ▶ Desarrollo de Software = Presupuesto disponible del proyecto.

## Grupo 3

Convenios sin objetivo de ahorro definido en sus estrategia y sin precios de benchmark factibles de obtener.

- ▶ Pasajes, Seguros de Vida y Voucher

# Medición del ahorro

## Grupo 1

### Benchmark: Retail

- ▶ Obtención de precios de mercado vía web scraping
- ▶ Foco principal en el 80-20 de productos según monto transado (definir frecuencia de cálculo)
- ▶ Foco secundario en los productos de mayor precio (↑ impacto en indicador).
- ▶ Foco terciario en los productos estacionales
- ▶ Frecuencia semanal de capturas de precio.

## 80-20 por convenio

Cuadro 1: Transacciones del primer semestre de 2021

Convenio	Monto Transado (MM)	sku en el 80 %	Total Productos
Alimentos	22.780	2.154	12.490
Aseo	24.833	296	1.844
Combustible	14.726	13	32
Computadores	4.293	5	17
Escritorio	3.611	58	1.110
Ferretería	10.878	365	1.977
Mobiliario	1.383	159	478
Ofimática	379	6	16

\*Definir periodicidad de cálculo del 80-20.

# Medición de ahorro en Aseo

Obtuvimos los productos más transados durante el primer semestre de 2021. De los cuales tenemos:

- ▶ 295 productos concentran el 80 % de los montos transados. De aquí en más los denominamos **productos 80-20** .
- ▶ 1548 productos concentran el 20 % restante.

De los **productos 80-20**, 228 tienen un precio de referencia de mercado (web scraping o shopeo manual).



# Medición de ahorro en Aseo

## Junio

Durante el mes de junio se transaron 1.126 productos en el convenio de aseo, por un monto total de \$3.191 millones de pesos.

- ▶ Del total, 273 corresponden a los **productos 80-20** definidos anteriormente, de los cuales contamos con precio de referencia para 146 de ellos.
- ▶ El resto (853) corresponden a los productos menos transados del semestre y contamos con precios de referencia para 215 de ellos.

## ¿Cuánto representa en términos de montos?

**71 % de representatividad en montos.**

De los cuales:

66 % corresponde a **productos 80-20** y 5 % corresponde al resto de productos.

# Medición de ahorro en Aseo

El convenio establece un ahorro en su estrategia del 5 %

## Resultados del mes

	Ahorro	Desahorro	Ahorro Neto
productos 80-20	733.479.226	-35.741.668	697.737.558
resto de productos	62.861.838	-2.286.294	60.575.544

**El Ahorro Neto Total corresponde a 758 millones de pesos, lo que equivale a un 23,8 %.**

# Comparando ambas Metodologías

Para el caso del mes de Junio tenemos:

Metodología	Representatividad (\$)	Ahorro Neto
Actual (shopeo masivo)	31 %	440.840.276
Nueva (productos 80-20)	71 %	758.313.102

# Problemas de Representatividad

- ▶ Convenios con precios regionales.
  - ▶ **Alimentos:** en junio se transaron 7.824 MM, de los cuales el 62 % corresponde a sku regionales.
  - ▶ **Escritorio:** en junio se transaron 529 MM, de los cuales el 53 % sku regionales.
  - ▶ **Mobiliario:** en junio se transaron 299 MM, de los cuales el 78 % sku regionales.

## Soluciones:

1. No hacer nada. Solo se monitorean los sku de la RM.
2. Utilizar ODEPA para obtener precios de referencia regionales (solo para carnes, frutas, verduras y algunas regiones)
3. Estimar las diferencias regionales de precios a partir de un modelo de regresión y computárselas a los precios de referencia obtenidos en la rm. (supuesto: diferencias regionales se deben solo a costos de transporte)

# Problemas de Representatividad

- ▶ Productos no cotizables.
  - ▶ Canasta de Alimentos - COVID
  - ▶ Servicios en el convenio de Ofimática.
  - ▶ Formatos de venta discontinuados:
    - ▶ Pañal Adulto Cotidian Premium Talla M 8 unidades
  - ▶ Marcas registradas en INAPI pero sin presencia en el mercado.
    - ▶ JM Import, Luces, partes y piezas, etc.

# Lo que viene. . .

## en agosto:

1. Definir estrategia para convenios con precios regionales.
2. (Desde el 16 de agosto) Aplicar la nueva metodología con los convenios de: Aseo, Combustible, Computadores, Alimentos y Escritorio (Solo RM inicialmente).
3. Obtener productos 80-20 para ferretería y capturas de precios restantes por parte del proveedor.

## en septiembre:

1. Definir los atributos por producto para el convenio de mobiliario.
2. Abordar convenios del grupo 2